

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA SALON RIA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**ACHMAD FAIZAL**  
**0812010128 / FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA SALON RIA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**ACHMAD FAIZAL  
0812010128 / FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN PADA SALON RIA**  
**DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**ACHMAD FAIZAL**  
**0812010128 / FE / EM**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal : 25 Mei 2012

**Pembimbing Utama**

**Tim Penguji :  
Ketua**

**Dr. Prasetyohadi, SE, MM**

**Dr. Prasetyohadi, SE, MM**  
**Sekretaris**

**Dra. Ec. Kustini, MSI**  
**Anggota**

**Drs. Ec. Suprijono, MM**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

**Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM**  
**NIP. 19630924 198903 1001**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN PADA SALON RIA**  
**Di SURABAYA**

Yang diajukan

**Achmad Faizal**  
**0812010128/FE/EM**

disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

**Dr. H. Prasetyohadi, SE, MM**

Tanggal : .....

Mengetahui  
Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

**Drs. Ec. R.A. Suwaidi, MS**  
**NIP. 19600330198631003**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONUMEN PADA SALON RIA DI SURABAYA"**

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemn di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Bapak Dr. H. Prasetyohadi, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap Staff Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Ibu Ria, selaku pemimpin Salon Ria di Surabaya yang telah bersedia membantu memberikan data dalam menyelesaikan skripsi.
7. Ayahanda Moch. Syafi'i, Ibunda Siti Chaidaroh, kakak Syamsiatu Rofiana dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, doa serta curahan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
8. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2008 yang telah memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya, sahabat-sahabat saya Anggun, Kesi, Mak Ho, Thirza, Joko, Adi, dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya. Mei 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAKSI .....	xi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian .....	6
1.4    Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Penelitian Terdahulu .....	7
2.2    Landasan Teori .....	8
2.2.1    Pengertian Pemasaran .....	8
2.2.2    Pengertian Konsep Pemasaran .....	9
2.2.3    Perilaku Konsumen .....	10
2.2.4    Definisi Jasa .....	10
2.2.5    Karakteristik Jasa .....	11
2.2.6    Klasifikasi Jasa .....	12
2.2.7    Kualitas Jasa .....	13

2.2.8	Kualitas Layanan .....	14
2.2.9	Kualitas Pelayanan dan Harapan-harapan Pelanggan .....	15
2.2.10	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	16
2.2.11	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3	Kerangka Konseptual .....	21
2.4	Hipotesis .....	22
 <b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Definisi Operasional variabel dan Pengukuran Variabel ...	23
3.1.1	Definisi Operasional .....	23
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	25
3.2	Teknik Penentuan Sampel .....	26
3.2.1	Populasi .....	26
3.2.2	Sampel .....	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.3.1	Jenis Data .....	27
3.3.2	Sumber Data .....	27
3.3.3	Pengumpulan Data .....	27
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	28
3.4.1	Teknik Analisis .....	28
3.4.1	Uji Normalitas dan Linearitas .....	29
3.4.2	Evaluasi Outliers .....	29
3.4.3	Deteksi Multicollinearity dan Singularity .....	30
3.4.4	Uji Validitas.....	30
3.4.5	Uji Reliabilitas .....	30



3.4.6 Pengujian Hipotesis .....	31
3.4.7 Pengujian Model dengan One Step Approach .....	31
3.4.8 Pengujian Model dengan Two - Step App Roach .....	31
3.4.9 Evaluasi Model .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Salon Ria .....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Gambaran Umum Keadaan Responden .....	36
4.2.2 Deskripsi Tangible .....	38
4.2.3 Deskripsi Reliability .....	39
4.2.4 Deskripsi Responsibility .....	40
4.2.5 Deskripsi Assurance .....	41
4.2.6 Deskripsi Emphaty .....	42
4.2.7 Deskripsi Kepuasan Pelanggan .....	42
4.3 Uji Outliers Multivariate .....	43
4.4 Uji Reliabilitas Consistency Internal .....	45
4.5 Uji Validitas Standarize Factor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis .....	47
4.6 Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted....	48
4.7 Uji Normalitas .....	49
4.8 Analisis Model SEM .....	51
4.9 Uji Hipotesis Unidimensi First Order.....	54
4.10 Uji Kausalitas .....	55

4.11	Pembahasan .....	56
4.11.1	Pembahasan Hipotesis Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan .....	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan .....	58
5.2	Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA		
KUESIONER		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Komplain Pelanggan Jasa Salon Ria di Surabaya .....	4
Tabel 3.1 Tabel Goodness of Fit Indices .....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	
Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	
Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Tangible .....	38
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Reliability .....	39
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Responsibility .....	40
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Assurance .....	41
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Emphaty .....	42
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Untuk Pertanyaan Variabel Kepuasan	
Pelanggan .....	42
Tabel 4.9 Outlier Data .....	44
Tabel 4.10 Reliabilitas Data .....	46
Tabel 4.11 Validitas Data .....	47
Tabel 4.12 Construct Reliability dan Variance Extracted .....	48
Tabel 4.13 Normalitas Data .....	50
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices .....	52
Tabel 4.15 Evaluasi Kinerja Goodness of Fit Indices	
Model One Step Approach - Modifikasi .....	53

Tabel 4.16 Unidimensi First Order .....	54
Tabel 4.17 Unidimensi Second Order .....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Kausalitas .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 3.1 Kerangka Model Pemikiran .....	34
Gambar 4.1 Model Pengukuran dan Structural	
Brand Image, Brand Trust dan Brand Loyalty	
Model Spexification : One Step Approach – Base Model.....	51
Gambar 4.2 Model Pengukuran dan Structural	
Brand Image, Brand Trust dan Brand Loyalty	
Model Spexification : One Step Approach – Modifikasi .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Layanan dan  
Kepuasan Konsumen

Lampiran 3 Pengolahan Data

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA SALON RIA  
DI SURABAYA**

**Oleh :  
Achmad Faizal  
0812010128/FE/EM**

**ABSTRAKSI**

Salon Ria merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dengan usaha berupa perawatan kecantikan dan tata rian. Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah semakin meningkatnya jumlah komplain konsumen, dimana selama tahun 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain konsumen pengguna jasa Salon Ria di Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang kurang puas untuk perawatan di Salon Ria Surabaya. Terjadinya kecenderungan kenaikan pada jumlah komplain konsumen merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Salon Ria di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa Salon Ria di Surabaya. Sampel ini menggunakan *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* dan didasari oleh SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 – 10 parameter yang diestimasi. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer. Skala pengukuran untuk indikator-indikator dari setiap variabel yang digunakan adalah skala interval yaitu skala jenjang semantic (semantic differensial scale) dengan skal interval 1 sampai 7. Pada penelitian ini terdapat 15 indikator, sehingga jumlah sampel yang ditetapkan adalah 105 responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Salon Ria di Surabaya.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Salon Ria di Surabaya.

**Keywords : Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik yang merupakan kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani. Salah satu kebutuhan rohani itu adalah timbulnya keinginan untuk mempercantik diri agar penampilannya lebih baik dari pada sebelumnya, dengan berpenampilan cantik dan menarik akan menambah rasa wanita yang dianggap sebagai sarana perawatan dan tata rias wajah.

Sejalan dengan perkembangan pola hidup serta kebutuhan masyarakat terhadap salon kecantikan yang semakin komplek, menciptakan persaingan yang semakin ketat dan sempitnya ruang gerak pemasaran bagi perusahaan sejenis. Dengan semakin banyaknya salon yang muncul menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternative serta semakin selektif di dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu pemasaran tidak saja di tuntut menjual produk atau jasa, melainkan juga harus mengetahui bagaimana menyajikan alternatif terbaik ke pasar yang menjadi sasaran di banding dengan persaingan.

Berawal dengan kondisi tersebut, menuntut pengelola Salon Ria agar dapat mengetahui informasi sebanyak mungkin atau untuk selalu memperbaiki pengenalan terhadap konsumen, mengidentifikasi kembali kebutuhan mereka, baik untuk masa sekarang dan untuk memperkirakan mana yang akan datang.



Salon Ria adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan usaha berupa perawatan kecantikan dan tata rian. Dalam usaha mendirikan usahanya, salon ini berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, berupa kenyamanan maupun kemudahan selama menggunakan jasa Salon Ria. Perusahaan berusaha memberikan berbagai fasilitas yang mendukung hal tersebut, sehingga segala kebutuhan konsumen terpenuhi dan akhirnya timbul rasa puas setelah menggunakan jasa Salon Ria.

Sebagai unit jasa salon yang professional seharusnya menerapkan konsep pemasaran, yang intinya memberikan kepuasan kepada para konsumennya, sebab akan sulit bagi jasa salon dapat bertahan jika gagal memuaskan konsumennya. Salon Ria jika ingin tetap eksis ditengah persaingan haruslah dapat mengenal dan mengerti customernya sebaik dan sedekat mungkin. Perusahaan yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai pasar atau pelanggan akan mempunyai korelasi positif terhadap kinerja penjualan (**Jaworski & Kohil, 1993**).

Dalam pasar global yang hiper-kompetitif akan sulit suatu jasa salon untuk tetap eksis jika tidak memperhatikan kepuasan konsumennya. Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalahnya yang lebih kompleks karena pengaruh *bad word of mouth*, umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada 11 orang lain (**Kotler, 1997**). Jadi dapat dibayangkan efek buruk yang terus berkembang secara eksponensial jika ini terjadi.

Sejalan dengan perkembangan pola hidup serta kebutuhan masyarakat terhadap salon kecantikan yang semakin komplek, menciptakan persaingan yang semakin ketat dan sempitnya ruang gerak pemasaran bagi perusahaan sejenis, dengan semakin banyaknya salon yang muncul, menyebabkan konsumen mempunyai banyak alternatif serta semakin selektif di dalam menentukan pilihan. Pemasaran tidak saja dituntut mampu menjual produk atau jasa, melainkan juga harus mengetahui bagaimana menyajikan alternatif terbaik ke pasar yang menjadi sasaran dibanding dengan persaingan.

Studi menemukan persepsi kualitas layanan yang baik akan meningkatkan pelanggan yang nantinya akan berdampak pada profitabilitas perusahaan (**Boulding et al., 1993**). Menurut **Beatty et al. (1996)** perasaan positif terhadap tenaga penjual seringkali membawa dampak pada perasaan terhadap perusahaan. Penelitian yang dilakukan (**Goff et al., 1997**) menemukan perasaan positif yang ada pada pelanggan ke arah kontak karyawan akan berdampak positif bagi toko

Kepuasan adalah keseluruhan sikap pelanggan setelah itu memperoleh dan menggunakan barang atau layanan (**Mowen 1995 : 511**). Untuk itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasannya pada pelanggan lain dan juga akan melakukan pembelian ulang. Seperti dikemukakan **Kotler 1997 : 48** “Bahwa tanpa adanya kepuasan pelanggan maka badan usaha tersebut sulit untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif”. Kalau pelanggan tidak terpuaskan maka akan mudah untuk pindah ke badan usaha lain yang sejenis.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa Salon Ria dapat diketahui dan jumlah komplain konsumen. Berikut ini disajikan tabel 1.1 yang menunjukkan data jumlah komplain konsumen yang menggunakan jasa Salon Ria di Surabaya dalam tahun terakhir mulai Januari – Desember 2011, sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Jumlah Komplain Konsumen Jasa Salon Ria di Surabaya  
Periode Januari – Desember 2011

Periode (Tahun)	Jumlah (Orang)
Januari	7
Februari	7
Maret	5
April	4
Mei	6
Juni	7
Juli	8
Agustus	5
September	6
Oktober	6
Nopember	7
Desember	8

Sumber : Salon Ria, Surabaya 2011

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Januari – desember 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain konsumen jasa Salon Ria di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah komplain konsumen yang menggunakan jasa Salon Ria.

Terjadinya kenaikan pada jumlah komplain konsumen jasa Salon Ria di Surabaya merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dinyatakan oleh **Boone dan Kurtz (1994:439)** bahwa pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas layanan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan..

Menurut **Parasuraman (1998)** dalam Rambat Lumpiyoadi (2001:148), perwujudan kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi melalui lima dimensi kualitas yaitu bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy), dengan adanya beberapa dimensi tersebut di upayakan menciptakan kepuasan konsumen dalam melakukan perawatan...

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Salon Ria Surabaya**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam permasalahan ini adalah:

Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Salon Ria.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk menganalisis bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Salon Ria.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

a. Untuk memberikan sambungan pemikiran dan informasi yang berhubungan dengan perilaku konsumen, sehingga dapat menunjang perkembangan salon di masa yang akan datang.

b. Konsumen adanya kemungkinan bahwa mereka akan mendapat layanan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, karena dengan masukan yang diterima oleh jasa Salon akan lebih menyempurnakan kinerjanya dalam hal pelayanan.

c. Hasil penelitian ini mungkin dapat dijadikan bahwa acuan serta tambahan pengetahuan tentang salon.